

**LEGITIMASI PARTAI POLITIK GERINDRA
“MODAL DAN STRUKTUR PELUANG GERINDRA MEREbut
LEGITIMASI PARLEMEN”**

**Nico Oktario Adytyas,
Isneningtyas Yulianti, I Gusti Agung Ayu Kade Galuh**

ABSTRAK

Tulisan ini mengkaji bagaimana peran modal yang dimiliki suatu partai politik dalam *field* struktur peluang pencapaian elektoral di Indonesia, dengan objek penelitian kami fokuskan pada partai politik Gerindra yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti merasa penting untuk melakukan kajian ini, ada beberapa alasan yang melatar belakungnya. Yang pertama adalah untuk melihat bagaimana partai Gerindra sebagai salah satu partai baru langsung mencuri perhatian masyarakat dan mendapatkan suara yang cukup signifikan pada tahun 2014. alasan selanjutnya adalah bagaimana mengap simbol Prabowo Subianto bisa sangat kuat dalam partai tersebut. berdasarkan hal tersebut, pertanyaan besar pada penelitian ini adalah Modal manakah yang paling dominan bekerja dalam *field* struktur peluang pencapaian elektoral Partai Gerindra. Teori yang digunakan dalam kajian ini adalah Teori *Social – Cultural Capital* milik Pierre Bourdieu. Fokus Bourdieu adalah melihat bagaimana masyarakat (*society*) itu direproduksi serta bagaimana kelas dominan mempertahankan posisinya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus guna mengarahkan kajian agar lebih terstruktur dan sistematis. Temuan dalam penelitian ini adalah sistem partai Gerindra telah berjalan. Namun, fokus partai tidak dominan pada pemenuhan aspirasi rakyat. Partai Gerindra lebih banyak berperan sebagai kendaraan politik Prabowo untuk masuk dalam bursa capres 2014. Adapun modal utama Gerindra sehingga berhasil mendapatkan legitimasi parlemen adalah modal simbol. Prabowo sudah sejak awal menjadi simbol Partai Gerindra. Jelasnya, Gerindra memang berdiri untuk Prabowo. Prabowo diperlakukan sebagai tokoh yang harus dimenangkan sebagai presiden 2014. Dukungan untuk Prabowo adalah harga mati bagi para pengurus Gerindra. Sehingga, tidak pernah ada inisiatif untuk menghadirkan calon lain sebagai pembanding. Adapun struktur peluang pencapaian elektoral Partai Gerindra terdiri dari dua faktor yakni eksternal dan internal. Faktor eksternal diciptakan oleh negara melalui Komisi Pemilihan Umum. Sedangkan faktor internal berasal dari kekuatan modal ekonomi, sosial, dan simbol yang memang sejak awal diciptakan untuk memenangkan Prabowo dalam Pemilihan Presiden 2014.

Kata kunci: modal, partai politik, Gerindra

LATAR BELAKANG

Tulisan ini mengkaji bagaimana peran modal yang dimiliki suatu partai politik dalam *field* struktur peluang pencapaian elektoral di Indonesia. Hal ini sangat menarik untuk dikaji karena penggunaan modal ekonomi dianggap sebagai satu-satunya modal utama dalam *field* politik di Indonesia. Padahal, Bourdieu menjelaskan masih ada modal sosial, kultural, serta simbolik yang biasa dimiliki oleh aktor dan menentukan posisinya dalam *field*. Faktanya, praktek politik uang masih dilakukan partai politik untuk memenangkan pemilihan umum. Jika demikian, masihkah modal sosial, budaya, dan simbolik berperan dalam *field* struktur peluang pencapaian elektoral di Indonesia?

Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) menjadi salah satu partai populer sejak Pileg 2014 lalu. Hal ini terlihat dari jumlah massa yang berkumpul setiap kampanye Gerindra. Misalnya saja, kampanye di Gelora Bung Karno, Jakarta, Gerindra mampu mengumpulkan massa kurang lebih 50.000 orang. Bahkan, sekitar 110.000 massa berkumpul dalam kampanye akbar di Stadion Gelora 10 November, Surabaya (Berita “Kampanye Terakhir Gerindra Kerahkan 110 Ribu Massa”, 5 April 2014, dalam www.suarakawan.com). Sebagai partai baru diantara sebelas partai lainnya, performa Gerindra cukup diperhitungkan tahun ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengkaji lebih jauh mengenai modal yang dimiliki Gerindra dalam struktur peluang elektoral untuk merebut legitimasi parlemen.

Awal berdiri partai ini merupakan gagasan dari Fadli Zon dan pengusaha Hashim Djojohadikusumo. Menurut mereka, Indonesia saat itu tengah menghadapi bahaya kapitalisme yang merugikan rakyat ekonomi kelas bawah. Fadli Zon terinspirasi kata-kata Edmund Burke yaitu “*the only thing necessary for the triumph (of evil) is for good men to do nothing*”. Oleh karena itu, Fadli dan Hashim merasa perlu melakukan sesuatu untuk melindungi kesejahteraan masyarakat kelas bawah dari jerat sistem kapitalisme (Halaman “Sejarah Partai Gerindra” dalam www.gerindra.or.id).

Pada Desember 2007, berkumpul sejumlah nama seperti Fadli Zon, Ahmad Muzani, M. Asrian Mirza, Amran Nasution, Halida Hatta, Tanya Alwi, dan Haris Bobihoe. Mereka berkumpul membicarakan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) serta segala ketentuan dasar yang harus dipenuhi untuk pendirian sebuah partai. Hal ini memang mendesak mengingat pemilu yang akan diselenggarakan pada 2009. Partai Gerindra pun resmi dideklarasikan pada 6 Februari 2008. Lahirnya Partai Gerindra tidak lepas dari campur tangan Prabowo Subianto yang menjadi ketua dewan pembina partai tersebut. Prabowo ikut memasukkan ide-ide yang termaktub dalam visi, misi dan manifesto perjuangan partai yang dideklarasikan saat Gerindra berdiri. Selain itu, Prabowo juga mengusulkan lambang partai dan nama partai.

Adapun tujuan perjuangan partai yakni terwujudnya tatanan masyarakat Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil dan makmur serta beradab dan berketuhanan yang berlandaskan Pancasila, sebagaimana termaktub dalam pembukaan UUD NKRI tahun 1945. Namun sayang, Partai Gerindra belum mampu meraih suara signifikan dalam Pemilu 2009. Gerindra hanya memperoleh 4,46% suara nasional atau dengan jumlah pemilih 4.646.406 dan memperoleh 26 kursi DPR (Berita “Hasil Perolehan Suara Parpol Pemilu 2009”, 10 Mei 2009,

dalam www.antaraneews.com). Bahkan, terjadi pengurangan jumlah suara setelah keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) dari 4.646.406 menjadi 4.642.795 suara.

Seiring berjalannya waktu, Partai Gerindra berhasil menarik dukungan dari kelompok kelas menengah, yang perlahan menjadikan Gerindra kuat. Kekuatan Gerindra tidak terlihat di dalam penambahan basis masa, seperti PDIP atau Golkar, namun justru dari tokoh-tokoh yang bergabung dengan Gerindra. Sejumlah tokoh GAM yang bergabung dengan Gerindra seperti mantan Panglima GAM Muzakir Manaf yang kini menjabat sebagai Wakil Gubernur NAD, TA Khalid, Maulisman Hanafiah, Fadhlullah, Kamaruddin Abu Bakar, Darwis Jeunib, Sarjani Abdullah, Ayub bin Abbas, dan Zulkarnaini Hamzah (Berita “Sejumlah Tokoh GAM Bergabung ke Partai Gerindra”, 22 Maret 2013, dalam <http://politik.news.viva.co.id/>). Selain itu, dua politikus senior yang semula dikenal sebagai kader Partai Demokrat malah terdaftar sebagai calon anggota legislatif DPR RI dari Partai Gerindra. Mereka adalah mantan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Taufiq Effendi dan mantan Menteri Perhubungan Freddy Numberi (Berita “Dua Eks Tokoh Partai Lompat ke Gerindra”, 22 April 2013, dalam <http://www.tempo.co/>). Bergabungnya tokoh-tokoh tersebut dalam upaya meraih suara dalam pemilu 2014.

Pada Pileg 2014, terjadi peningkatan suara Partai Gerindra yang cukup signifikan. Meskipun dibayangi isu negatif masa lalu, tak dapat dipungkiri bahwa perolehan suara ini tidak lepas dari peran Prabowo yang digadang sebagai bakal calon presiden dari Partai Gerindra. Suara Gerindra seringkali menempati urutan tiga besar di beberapa daerah. Di Dapil Yogyakarta misalnya, posisi ketiga ditempati Gerindra dengan perolehan 256.401 atau 12,46% (Berita “8 Caleg DPR dan 4 DPD dari Yogyakarta Lolos ke Senayan”, 25 April 2014, dalam www.politikindonesia.com). Partai Gerindra hanya mendapatkan satu kursi yang ditempati oleh Andika Pandu Purugabaya.

Golkar, Demokrat, dan Gerindra adalah tiga partai dengan perolehan suara terbanyak di 11 Daerah Pemilihan (Dapil) di 24 kabupaten/kota. Partai Golkar menduduki peringkat pertama dengan perolehan suara 984.250, Demokrat 515.461, disusul Gerindra dengan 495.368 suara (Berita “Golkar, Demokrat, dan Gerindra Peroleh Suara Terbanyak di Sulsel”, 5 Mei 2014, dalam www.tribunnews.com). Sedangkan sistem hitung cepat menunjukkan bahwa agregat suara nasional Gerindra mencapai 11,77% (Berita “Perolehan Kursi Partai dan Peta Koalisi Capres 2014, 11 April 2014, dalam <http://lsi.co.id>).

Data di atas membuktikan bahwa Gerindra berhasil merebut legitimasi masuk ke parlemen melalui Pileg 2014. Prestasi Gerindra melesat jauh hanya dalam kurun waktu lima tahun sejak pembentukannya. Bahkan sebagai partai baru, kedudukan Gerindra sangat kuat dalam pertarungan kursi kepresidenan pada Juli 2014 mendatang. Gerindra pun banyak dikabarkan menjalin hubungan dengan beberapa partai politik lain, seperti Golkar dan PPP, serta kelompok kepentingan, seperti FPI dan Serikat Buruh, demi memuluskan langkahnya mendapatkan kursi pemerintahan.

Terdapat karakter *field* politik yang khas di Indonesia, khususnya struktur peluang pencapaian elektoral menuju parlemen. Semenjak ada Peraturan KPU Nomor 29 Tahun 2013 tentang Penetapan Hasil Pemilu, maka penghitungan suara

menjadi berbeda. Untuk meraih kursi ini, parpol harus mencapai dulu BPP (Bilangan Pembagi Pemilih). Jika parpol sudah bisa mencapai BPP maka suara parpol itu dikurangi BPP. Kemudian sisa suara setelah dikurangi BPP itu akan dihitung di tahap dua. Setelah parpol meraih BPP maka dicari calon anggota legislatif (caleg) yang meraih suara paling banyak dan berhak mendapatkan kursi (Berita “Banyak Caleg Tak Tahu Cara Hitung Kursi”, 14 Mei 2014, <http://www.tribunnews.com>). Peraturan tersebut menjadikan caleg yang masuk berdasarkan jumlah suara paling banyak diperoleh.

Peraturan tersebut menjadikan kompetisi caleg semakin besar, sehingga cara apapun dilakukan agar mendapatkan suara terbanyak termasuk dengan politik uang. Asumsinya, modal ekonomi merupakan hal utama dalam kampanye pileg 2014. Dana kampanye Gerindra terbesar yaitu Rp435 Milyar (Berita “Total Dana Kampanye Partai Rp3,1 Triliun: Gerindra Terbesar, PKPI Terkecil”, 24 April 2014, dalam <http://nasional.kompas.com/>). Aksi politik uang dalam pembelian suara juga dilakukan oleh Partai Gerindra (Berita “Dugaan Money Politics, Caleg Gerindra Dilaporkan”, 21 April 2014, dalam <http://krjogja.com/>). Padahal, Gerindra juga memiliki citra kuat Prabowo sebagai simbol Partai serta modal jaringan yang luas.

Oleh karena itu, menarik untuk diteliti modal manakah yang sesungguhnya dominan dalam *field* struktur peluang pencapaian elektoral Partai Gerindra. Adapun pembahasan dalam tulisan ini lebih menyoroti aktivitas Partai Gerindra di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Kabupaten Sleman. Peneliti menggunakan sumber data primer maupun sekunder sebagai temuan penelitian. Sumber data primer berdasarkan wawancara bersama Ketua DPD Yogyakarta Brigjend (Purn) Noeryanto pada Jumat, 6 Juni 2014 serta Ketua DPC Kab. Sleman Sukaptono pada Senin, 16 Juni 2014.

TEORI

Penelitian ini menggunakan Teori *Social – Cultural Capital* milik Pierre Bourdieu. Fokus Bourdieu adalah melihat bagaimana masyarakat (*society*) itu direproduksi serta bagaimana kelas dominan mempertahankan posisinya. Menurut Bourdieu (dalam Ritzer, 2007:525), kapital adalah faktor penting yang memungkinkan orang untuk mengendalikan nasibnya sendiri maupun orang lain. Modal menjadi konsep pertama dalam penelitian ini. Memang, masih ada konsep khas Bourdieu lainnya seperti *habitus*, *field*, dan *doxa*. Namun, peneliti lebih fokus pada interaksi antara *habitus* dan *field* sebagai konsep kedua dalam penelitian ini.

Modal

Bourdieu membahas empat tipe kapital antara lain modal ekonomi, kultural, sosial, dan simbolik. Pertama, *modal ekonomi* berkaitan dengan materi-materi kesejahteraan seperti uang, saham, properti, dan sebagainya (Bourdieu, 1991: 14). Dalam penelitian ini, modal ekonomi dilihat dari apa saja sumber pendanaan kegiatan partai Gerindra mulai dari kegiatan harian hingga pendanaan kampanye Pemilihan Legislatif 2014. Apalagi, telah diketahui bahwa Gerindra merupakan

partai dengan dana kampanye terbesar Apakah dana bersumber dari masing-masing kader atau ada kas partai yang berasal dari iuran rutin?

Kedua, *modal sosial* yang terdiri dari hubungan sosial yang bernilai antara individu. Hubungan sosial memungkinkan seseorang untuk memajukan kepentingan dirinya sendiri. Modal sosial berasal dari keanggotaan kelompok dan jaringan sosial. Modal sosial dapat mempengaruhi kekuasaan dan keuntungan dari modal budaya dan modal ekonomi. Meskipun begitu, modal sosial bersifat simbolik. Artinya, modal ini hanya ada melalui orang-orang yang mampu mengakui dan menerima perbedaan. Kemunculan modal ini dipandang sebagai sesuatu yang alami. Lebih jauh, peneliti ingin melihat bagaimana relasi sosial yang terbentuk antara DPC dan DPD di Yogyakarta? Apakah ada gap kelompok yang terbentuk antara pusat dan daerah atau justru terjadi relasi yang sangat kuat sehingga tercipta satu suara mengusung kepentingan di dalam internal partai? Bagaimana hubungan Partai Gerindra dengan aktor intermediary lainnya?

Ketiga, *modal kultural* meliputi berbagai pengetahuan yang sah. Terdapat tiga bentuk pengetahuan yaitu *embodied*, *objectified*, dan *institutionalized*. *Embodied* adalah pengetahuan yang dibentuk, diwariskan, dan diturunkan tetapi bukan secara genetik. Misalnya pengetahuan yang didapat melalui sosialisasi dalam keluarga, sopan santun berbicara, dan sebagainya. Sedangkan *objectified* berkaitan dengan faktor-faktor budaya yang dimiliki seseorang. Misalnya saja pengetahuan akan kepemimpinan yang lumrah menurut budaya tertentu atau pengetahuan akan mitos tertentu sehingga mempengaruhi tindakan masyarakat. Terakhir, *institutionalized* adalah pengetahuan budaya yang sudah dilembagakan, misalnya kualifikasi pengetahuan yang dibuktikan melalui ijazah. Dalam studi kasus kali ini akan melihat bagaimana asal usul para pendiri partai Gerindra dan berasal dari strata sosial atau kelas manakah para pendiri Gerindra berada? Selain itu, bagaimana pengalaman politik para pendiri partai Gerindra dan Kader Ketua DPC dan DPP kota Yogyakarta? Selanjutnya bagaimana para pemimpin DPC dan DPP merefleksikan nilai-nilai kepemimpinan?

Terakhir, *modal simbolik* berasal dari kehormatan dan prestise seseorang. Hal ini juga bisa dilihat melalui bahasa yang digunakan. Bahasa bisa juga dimaknai sebagai simbol yang menjelaskan siapa yang berkuasa dan pantas didengar masyarakat. Peneliti ingin melihat siapa aktor yang paling didengar di daerah, simbol Prabowo atau kader lokal yang mewakili DPC dan DPP? Bagaimana para kader partai “membahasakan” Prabowo? Peneliti merasa perlu untuk mengidentifikasi keempat modal ini untuk melihat modal apa yang dominan digunakan partai dalam pemanfaatan struktur peluang meraih legitimasi parlemen melalui Pileg 2014 lalu.

Interaksi *Habitus* dan *Field*

Habitus biasa diartikan sebagai ritual kebiasaan. Aktor dibekali serangkaian skema atau pola yang diinternalisasikan serta digunakan untuk memahami, menyadari, dan menilai dunia sosial. Dengan kata lain, terdapat struktur mental atau pengetahuan yang digunakan aktor untuk menghadapi kehidupan sosial (dalam Ritzer, 2007: 522). *Habitus* adalah struktur yang mampu menstruktur dunia sosial, namun juga mampu distrukturasi oleh dunia sosial. Terdapat

dialektika antara internal dan eksternal partai dalam penciptaan *habitus* ini. Dalam penelitian ini, *habitus* dapat berupa bagaimana partai mensosialisaikan ideologi, visi, dan misi dalam kampanye? Apakah sosialisasi mendapat respon yang baik dari para konstituen? Bagaimana sistem rekrutmen dan sistem kaderisasi dilakukan? Apakah ada kriteria khusus yang disyaratkan untuk menjadi kader partai atau caleg? Bagaimana pembagian jabatan dalam struktur organisasi dilakukan? Bagaimana strategi penempatan para caleg pada dapil-dapil tertentu? Apakah ada pertimbangan dari sisi umur, jenis kelamin, kelompok, atau kelas sosial tertentu? Terakhir, apakah terdapat pengaruh eksternal, seperti situasi politik partai lain yang ikut berpengaruh pada *habitus* Partai Gerindra?

Sedangkan *field* (lingkungan) lebih bersifat relasional ketimbang struktural. Bourdieu melihat lingkungan sebagai arena pertarungan (dalam Rietzer, 2007:525). Lingkunganlah yang menyiapkan dan membimbing strategi para aktor dengan posisi tertentu untuk mencapai kepentingan mereka sendiri. Melalui strategi, baik individu atau kolektif, melindungi atau bahkan meningkatkan posisi mereka serta memaksakan prinsip perjenjangan yang paling menguntungkan terhadap produk mereka sendiri (Bourdieu dalam Rietzer, 2007). Pada penelitian ini, *field* politik adalah relasi kuasa, sehingga jelas fokus adalah melihat bagaimana Gerindra memanfaatkan struktur peluang dalam merebut legitimasi parlemen. Struktur peluang dilihat melalui tiga tahap yaitu *pre-electoral period*, *electoral period*, *post-electoral period*. Selain itu, struktur peluang tidak hanya berasal dari luar partai, tetapi juga peluang yang sengaja dibuat oleh partai Gerindra.

Dengan demikian, bingkai teori Bourdieu menjadi kerangka berpikir peneliti dalam melihat fenomena kemenangan Partai Gerindra pada Pileg 2014. Lebih jauh, peneliti akan mengidentifikasi modal dominan apa yang dimiliki oleh Gerindra. Selain itu, peneliti juga melihat bagaimana interaksi antara *habitus* partai Gerindra dan *field* struktur peluang pencapaian elektoral parlemen di Indonesia.

PEMBAHASAN

Sumber Dana Partai

Gerindra menerima dana Bantuan Keuangan Partai Politik dari Kementerian Dalam Negeri sekitar Rp 500 juta setiap tahunnya. Hal ini menjadi salah satu pemasukan rutin partai. Selain itu, berdasarkan wawancara dengan Ketua DPD Yogyakarta, Brigjend (Purn) Noeryanto, setiap anggota dewan dari Partai Gerindra wajib menyetorkan 20% dari pendapatannya untuk pembiayaan rutin partai. Sedangkan Ketua DPC Kabupaten Sleman, Sukaptono, menyatakan bahwa hanya ada satu orang caleg Gerindra yang lolos menjadi anggota DPRD Kabupaten Sleman pada Pileg 2009 lalu. Peneliti juga melakukan penelusuran di Internet untuk memastikan jumlah anggota dewan yang berasal dari partai Gerindra:

Tabel 1
Daftar Anggota DPRD Partai Gerindra Tahun 2009

Parlemen Daerah	Nama	Daerah Pemilihan
DPRD Kab. Sleman	1. R. Sukaptono	Kab. Sleman 2

DPRD Kab. Bantul	1. Purwanto 2. Dra. Hj. Ita Dwi N. 3. Gunawan, S.H.	Kab. Bantul 1 Kab. Bantul 2 Kab. Bantul 2
DPRD Kab. Gunung Kidul	1. Ybm. S. Agung Nugroho	Kab. Gunung Kidul 3
DPRD Kab. Kulonprogo	1. Hery Sumardiyanta 2. Soepeno	Kab. Kulonprogo 3 Kab. Kulonprogo 5
DPRD Kota Yogyakarta	1. Anton Prabu Semendawai	Kota Yogyakarta 5

Sumber: Diadaptasi dari “Profil Anggota Parlemen 2009-2014” dalam www.jariungu.com

Jika seorang anggota DPRD di Yogyakarta mendapatkan gaji pokok dan tunjangan sekitar Rp 10 juta – Rp 12 juta setiap bulan (Berita “Belum Kerja, Anggota DPRD Bantul Terima Gaji Pertama”, 2 September 2009, dalam www.antaranews.com), maka setiap anggota harus menyetorkan sekitar Rp 2 juta kepada partai setiap bulannya. Dengan demikian, partai mendapat pemasukan sekitar Rp 16 juta dari delapan anggota dewan setiap bulannya. Jumlah ini diakui Noeryanto masih sangat kecil karena hanya mampu menutupi belanja karyawan.

Kampanye Gerindra pada pemilu legislatif 2014 menjadi sorotan karena memakan biaya paling besar dibandingkan partai lainnya. Sebagaimana laporan Bendahara Gerindra Thomas Djiwandono kepada KPU, total penerimaan dana kampanye sebesar Rp 435 miliar. Penerimaan terdiri dari Rp 400 miliar berasal dari caleg, Rp 27 miliar dari badan usaha, dan sisanya Rp 4,1 miliar dari perseorangan (Berita “Laporkan Rp435 Miliar, dari Mana Asal Dana Kampanye Gerindra”, 24 April 2014, dalam www.politik.news.viva.co.id). Penerimaan dihabiskan untuk iklan kampanye, logistik, dan pertemuan partai saat pemilu legislatif.

Pemasukan terbesar berasal dari anggota karena adanya aturan iuran yang diwajibkan kepada caleg. Ketua Umum Suhardi, secara blak-blakan mengakui bahwa setiap calon anggota legislatif diwajibkan iuran dengan jumlah yang berbeda-beda (Berita “Sumber Dana Kampanye Gerindra: Iuran Caleg Rp25 Juta-Rp300 Juta”, 29 November 2013, dalam www.politik.news.viva.co.id). Perbedaan nominal itu tergantung tingkatan. Untuk caleg DPR diwajibkan iuran Rp 300 juta, DPRD tingkat I dikenakan iuran Rp 100 juta, dan DPRD tingkat II diwajibkan membayar Rp 25 juta. Aturan ini dimaknai sebagai kerelaan berkorban para anggota semata-mata demi keberlangsungan hidup partai politik. Ada sumber lain juga dari beberapa perusahaan yang memberikan dukungan kapital terhadap partai Gerindra, baik perusahaan yang dimiliki oleh kader Internal, ataupun perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap Partai Gerindra.

Relasi Sosial Gerindra

Sejauh ini tidak ada konflik yang berarti dalam aktivitas partai terutama antara DPC dan DPD Yogyakarta. Bahkan, partai secara bulat mendukung Prabowo sebagai satu-satunya figur partai yang harus diusung sebagai calon presiden pada Pemilu 2014: Hal menarik dari Partai Gerindra adalah banyaknya organisasi sayap yang berpeluang memperkuat modal sosial partai.

Terdapat 11 organisasi sayap Gerindra yang masih aktif hingga saat ini. Kesebelas organisasi tersebut antara lain Gerakan Rakyat Indonesia Baru (GRIB), Gerakan Rakyat Dukung Prabowo (Gardu Prabowo), Tunas Indonesia Raya (TIDAR), Perempuan Indonesia Raya (PIRA), Kristen Indonesia Raya (KIRA), Gerakan Muslim Indonesia Raya (GEMIRA), Sentral Gerakan Buruh Indonesia Raya (SEGARA), Persatuan Tionghoa Indonesia Raya (PETIR), Satuan Relawan Indonesia Raya (SATRIA), Kesehatan Indonesia Raya (KESIRA), dan Gerakan Masyarakat Sanathana Dharma Nusantara (GEMA SADHANA).

Tujuan awal dibentuknya organisasi ini adalah untuk menjaring aspirasi dari berbagai kalangan rakyat yang berbeda-beda.. Peran sayap antara lain membantu kampanye Prabowo sebagai presiden serta perekrutan anggota baru. Misalnya saja GRIB yang diketuai oleh Hercules. Ormas GRIB beranggotakan massa dari multi etnis, antara lain betawi, sunda, jawa, batak, dan yang pasti orang-orang dari NTT pendukung setia Hercules. Dengan demikian, ormas dijadikan wadah untuk menarik basis massa partai.

Partai tidak secara maksimal menggunakan organisasi sayap sebagai arena pembelajaran politik bagi para kader. Padahal, jika organisasi sayap ini benar-benar difungsikan sebagai penjaring aspirasi rakyat dari berbagai kalangan, maka caleg bisa saja muncul dari setiap sayap dengan pengetahuan akan masalah serta basis massa yang kuat. Sayangnya, partai hanya fokus pada kuantitas bukannya kualitas anggota sayap. Perkembangan partai diukur dari jumlah anggota yang mendukung partai Gerindra, baik sebagai pengurus partai, anggota sayap, atau relawan:

Selain itu, hubungan yang terjalin dengan partai politik lain atau aktor intermediary lain juga hanya sebatas kepentingan kemenangan Prabowo sebagai presiden dalam Pemilu 2014. Hubungan yang terjalin dengan organisasi lain, Noeryanto mengakui bahwa hal itu tidak dapat terelakkan karena perolehan suara Gerindra hanya 11,8% dalam pileg sehingga mengharuskannya untuk berkoalisi. Adapun, partai pertama yang menjalin hubungan dengan Gerindra adalah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang *notabene* berafiliasi pula dengan organisasi Islam lain. Oleh karena itu, hubungan yang terjalin semata-mata demi kemenangan Prabowo sebagai presiden, bukan karena keselarasan ideologi partai yang perlu diperjuangkan.

Pergulatan Nilai: Antara Sipil dan Militer

Prestasi Gerindra mencapai peringkat ke-3 dalam perolehan suara Pileg 2014 mengindikasikan sejumlah modal yang mendukung pencapaian tersebut. Namun, berdasarkan penelitian, modal kultural ala Bordieu tidak banyak berperan dalam kemenangan Gerindra merebut legitimasi parlemen.

Menurut Bourdieu, modal kultural dapat berupa pengetahuan, intelektual atau nilai-nilai yang dianut. Faktanya, para kader dalam Partai Gerindra memiliki latar belakang intelektual dan pengetahuan yang beragam. Partai pun tidak serta-merta mengusung salah satu nilai untuk dimaknai bersama. Memang, partai mendapat pengaruh dari nilai-nilai militer yang dibawa oleh Prabowo selaku Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra. Hal ini terlihat dari gaya kepemimpinan

Prabowo yang dinilai tegas dan berwibawa. Gaya kepemimpinan militer juga diterapkan oleh pengurus yang *notabene* juga pensiunan ABRI.

Noeryanto menjelaskan bahwa tidak ada model kaderisasi pada awal pendirian Partai Gerindra. Siapa saja bisa masuk menjadi pengurus partai. Hal ini menjadi kesulitan tersendiri, terutama dalam membangun sistem di dalam partai. Hal ini karena kebiasaan yang berbeda atau cara pandang berbeda terhadap nilai-nilai yang dianggap penting. Misalnya saja nilai kedisiplinan dan tepat waktu cenderung tidak dapat ditolerir bagi pemimpin berlatar belakang militer. Namun, hal itu menjadi tidak penting bagi pemimpin berasal dari masyarakat sipil.

Misalnya saja, di awal kepemimpinan Noeryanto, setiap pengurus bebas keluar masuk saat rapat, bahkan pulang di tengah rapat sedang berlangsung tanpa ijin. Hal ini terjadi karena diperbolehkan oleh pemimpin sebelumnya. Hal ini sungguh mengganggu bagi Noeryanto yang terbiasa disiplin dan menaati atasan. Ia tentu tidak terbiasa dengan sikap bawahan yang “lancang” pergi tanpa ijin. Oleh karena itu, ia mencoba untuk mengubah kebiasaan para pengurus untuk lebih disiplin dan “sopan”. Ia membangun komitmen dan sistem di lingkungan DPD yang harus ditaati oleh setiap pengurus.

Apa yang dilakukan Noeryanto di DPD Provinsi Yogyakarta belum tentu sama dan dilakukan juga di DPD provinsi lain. Kembali lagi bahwa penerapan nilai dan sistem masih bergantung pada latar belakang pemimpin masing-masing. Gaya kepemimpinan Prabowo tidak serta-merta terduplikasi hingga kepengurusan ranting Partai Gerindra. Dengan kata lain, tidak ada karakter yang seragam dalam iklim kerja partai Gerindra.

Sosok Prabowo, Modal Utama

Berdasarkan wawancara dengan Ketua DPD Provinsi Yogyakarta, sangat jelas disebutkan bahwa Prabowo menjadi tokoh sentral dalam Partai Gerindra. Prabowo menjadi kekuatan simbol yang menghegemoni pengikutnya. Hal ini dapat dijelaskan bahwa sosok Prabowo menjadi dominasi simbol Partai Gerindra, Prabowo dianggap sebagai tokoh yang berkharisma dan berwibawa sehingga membawa pengaruh dalam simpati masyarakat dan perolehan suara.

Di Partai Gerindra, ketua umum digaji oleh partai tetapi tidak memiliki kekuasaan penuh di dalam partai. Hal ini berbeda dengan partai lain yang ketua umumnya merupakan pimpinan tertinggi partai. Gerindra meski dipimpin oleh Ketua Umum Suhardi, namun pemegang kekuasaan tertinggi adalah Ketua Dewan Pembina, yaitu Prabowo. Hal ini membuktikan kuatnya sosok Prabowo sebagai simbol partai.

Konsep dominasi simbolik (penindasan simbolik) juga dapat dengan mudah dilihat dalam konsep *sensor panopticon*. *Sensor panopticon* adalah konsep yang menjelaskan mekanisme kekuasaan yang tetap dirasakan oleh orang-orang yang dikuasai, walaupun sang penguasa tidak lagi mencurahkan perhatiannya untuk melakukan kontrol kekuasaan secara nyata (sumber). Kekuasaan Prabowo di Partai Gerindra juga dirasakan hadir di setiap daerah di Indonesia, meskipun sosoknya tidak hadir untuk memastikan kekuasaan itu. Tingginya perolehan suara Partai Gerindra semata-mata dikarenakan sosok Prabowo yang secara simbolik telah mendominasi Partai Gerindra. Sehingga, kekuasaannya dapat dirasakan di

setiap perwakilan Partai Gerindra di daerah dan secara otomatis mampu menarik suara. Di satu sisi, Gerindra berhasil membawa Prabowo menjadi salah satu calon presiden yang diunggulkan. Di sisi lain, sistem partai belum maksimal memperkenalkan calon anggota dewan kepada masyarakat:

Prabowo diperlakukan sebagai tokoh yang harus diusung dan dimenangkan dalam Pilpres 2014. Kaderisasi dan perekrutan yang ada di Partai Gerindra juga melihat sosok Prabowo sebagai alasan kuat bagi mereka untuk masuk ke Partai. Modal simbolik berperan sangat kuat dalam kemenangan Partai Gerindra. Dominasi simbol Prabowo sangat nyata dan telah menghegemoni. Simbol Prabowo berhasil menarik massa untuk bergabung atau bersimpati sehingga memilih partai. Dominasi simbol cenderung menjadi alat kekuasaan partai.

Mesin Partai Gerindra

Pembahasan ini fokus pada rutinitas partai yang tercermin dalam tiga aktivitas utama yaitu sosialisasi visi-misi partai, sistem rekrutmen, dan sistem kaderisasi. *Pertama*, para kader kurang maksimal dalam proses pengenalan ideologi, visi, dan misi Partai Gerindra kepada masyarakat. Berdasarkan hasil pengamatan kami, tidak ada satu pun caleg yang mencantumkan visi dan misi Partai Gerindra dalam media kampanye. Mereka hanya mencantumkan jargon miliknya sendiri, tanpa memaparkan visi dan misi partai yang seharusnya menjadi bahan jualan dari caleg tersebut. Sehingga secara umum, para konstituen hanya mengetahui jargon-jargon para caleg.

Mayoritas caleg hanya memperjuangkan diri mereka sendiri dan mengesampingkan partai yang menjadi perahu mereka untuk maju di pemilu, Hal tersebut dikuatkan oleh penuturan Sukaptono selaku Ketua DPC Kabupaten Sleman. Ia mengatakan bahwa dalam kampanye menjelang pemilu, jarang ada caleg yang mengenalkan visi misi dari Partai Gerindra. Masyarakat hanya mengenal partai dan figur yang mereka pilih tanpa tahu secara mendalam bagaimana visi misi dari partai tersebut:

Kedua, terkait sistem rekrutmen Partai Gerindra. Awalnya partai kesulitan merekrut orang untuk dijadikan kader. Sehingga, partai tidak menerapkan syarat atau pertimbangan khusus untuk merekrut kader. Siapa saja yang ingin bergabung akan langsung diterima menjadi kader Gerindra tanpa memikirkan latar belakang ekonomi atau pendidikan mereka. Hal ini semata-mata agar struktur partai di seluruh daerah terbentuk lebih dahulu. Tidak heran jika massa Gerindra begitu heterogen. Sayap-sayap bentukan partai pun menjangkau setiap kalangan mulai dari pemuda, perempuan, hingga preman. Hercules yang *notabene* adalah preman bahkan tercatat sebagai ketua salah satu ormas pendukung kemenangan Partai Gerindra dalam pemilu 2014 yaitu Gerakan Rakyat Indonesia Baru (GRIB).

Sedangkan untuk rekrutmen para caleg yang siap maju dalam pemilu, Partai Gerindra membuka pintu selebar-lebarnya bagi setiap Warga Negara Indonesia, asal memenuhi persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Adapun berbagai persyaratan yang harus dipenuhi (dalam www.gerindra.or.id). Sistem rekrutmen telah secara jelas dijabarkan dalam AD/ART partai. Penerapannya di daerah pun sudah sesuai dengan apa yang terdapat didalam AD/ART. Pola rekrutmen para caleg Gerindra untuk

menghadapi pemilu 2014 memang berbeda bila dibandingkan dengan tahun 2009. Seiring dengan semakin berkembangnya Partai Gerindra, banyak orang yang tertarik ingin menjadi caleg dari gerindra. DPC pun membentuk BAPILU (Badan Pemenang Pemilu) yang bertugas untuk menyeleksi orang-orang yang siap maju menjadi caleg dari Partai Gerindra.

Seleksi terdiri dari wawancara dan tes pengetahuan umum. Setelah terpilih di DPC, para calon akan diberikan pendidikan politik yang dipusatkan di Hambalang. Pendidikan politik diberikan agar kader yang dilahirkan oleh partai benar-benar berkualitas. Wewenang untuk menentukan dapil caleg juga berada di tangan DPC. Secara umum, DPC menentukan dapil berdasarkan domisili atau tempat tinggal para caleg itu sendiri. Namun, dalam perjanjian-perjanjian tertentu setiap caleg tidak boleh mericuhi caleg lain dalam satu dapil yang sama, karena zona-zona tertentu telah ditentukan oleh partai. Pada akhirnya DPC mendaftarkan mereka ke KPU.

Ketiga, pola kaderisasi yang dilakukan mulai dari tingkat bawah, seperti Ranting, telah berjalan. Hal ini terlihat dari adanya anggaran tersendiri untuk kaderisasi yang dialokasikan oleh partai. Anggaran yang dimaksud adalah dana Bantuan Pendidikan Politik (Banppol). Menurut Bapak Sukaptono, pendidikan politik bertujuan agar para kader lebih mengerti apa hak dan kewajiban masyarakat. Misalnya, masyarakat berhak memberikan aspirasi kepada para anggota dewan di masa reses atau masyarakat bisa mengajukan proposal kegiatan demi kemajuan desa. Sehingga, para anggota legislatif yang berasal dari Partai Gerindra diwajibkan turun untuk menyerap aspirasi masyarakat pada masa reses. Hal ini dilakukan secara rutin setiap 3-4 bulan sekali.

Hal lain yang tak kalah penting yaitu bagaimana penentuan orang-orang dalam struktur organisasi Partai Gerindra. diketahui bahwa seseorang harus mendapat persetujuan ketua dewan pembina untuk bisa menduduki jabatan struktural partai. Mekanisme yang dilakukan selalu ada rapat pengurus mulai tingkat desa (Ranting) hingga kabupaten (DPC) untuk mengusung nama calon. Misalnya, pergantian ketua DPC yang ada di Kabupaten Sleman. Sebelumnya diadakan rapat oleh Pimpinan Anak Cabang di kecamatan yang dihadiri oleh pengurus ranting dan cabang. Rapat kemudian memutuskan nama calon untuk direkomendasikan ke DPC kabupaten Sleman. Aktivitas yang sama terjadi di DPC hingga menghasilkan nama calon yang diteruskan ke DPD. Begitu seterusnya hingga nama calon sampai ke DPP Pusat. Pada akhirnya, DPP Pusat yang mengeluarkan keputusan pengangkatan ketua baru dalam bentuk Surat Kerja yang ditandatangani Ketua Dewan Pembina. Jika nama calon tidak disetujui, maka pengurus harus mengajukan nama baru lagi.

Dapat dilihat bahwa pengajuan calon dikumpulkan dari aspirasi pengurus ranting, terus naik hingga ke pusat. Ketua dewan pembina masih menjadi penentu utama penempatan kader dalam struktur organisasi partai. Bahkan, ketua dewan pembina bisa menunjuk langsung orang yang dikehendaki untuk menduduki jabatan tertentu. Misalnya, penentuan Ketua Umum DPP Gerindra Prof. Suhardi serta Ketua DPD Yogyakarta Noeryanto yang merupakan penunjukkan langsung dari Ketua Dewan Pembina, Prabowo Subianto (berdasarkan wawancara bersama Bapak Noeryanto). Peran Prabowo memang cukup kuat dalam penempatan kader,

namun peran ini tidak lain adalah bagian dari sistem partai itu sendiri. Dengan demikian, proses ini menunjukkan bahwa mesin partai sudah berjalan.

Struktur Peluang Pencapaian Elektoral Gerindra

Terdapat struktur peluang elektoral Indonesia yang dapat dimanfaatkan setiap partai, termasuk Gerindra, untuk merebut legitimasi parlemen. Misalnya peraturan yang dibuat oleh KPU dalam tahap *pre-electoral*. Peraturan ini menyangkut mekanisme pendaftaran partai sebagai peserta pemilu, penyusunan daftar pemilihan tetap, serta pemberlakuan sistem pemilihan terbuka. Menyikapi syarat pendaftaran partai yang menuntut adanya jumlah massa serta keberadaan kantor di setiap daerah, Gerindra sempat abai pada sistem rekrutmen berkualitas di tahun 2008. Tidak ada syarat khusus atau mekanisme seleksi yang dilakukan. Siapa saja bisa dan dengan mudah menjadi kader semata-mata agar partai dapat lolos verifikasi karena memiliki basis massa dan kantor cabang di setiap daerah. Secara garis besar, Gerindra mengikuti *rule of law* yang dibuat oleh KPU walau sempat muncul ketidakpuasan dalam tahap penyusunan DPT (Daftar Pemilih Tetap) saat itu.

Berkaitan dengan sistem pemilihan terbuka, Gerindra juga menyikapi peluang di tahap elektoral dengan mempertimbangkan pemilihan dapil caleg serta pemenuhan kuota 30% perempuan. Dalam sistem representasi terbuka, nomor kecil tidak lagi menjamin kemenangan caleg. Menyikapi hal itu, caleg Gerindra memanfaatkan modal ekonomi untuk memaksimalkan pengenalan mereka di tengah masyarakat. Tidak heran jika caleg terpilih belum tentu kinerjanya benar-benar dikenal oleh masyarakat.

Terakhir pada tahap *post-electoral*, Gerindra harus menyikapi perolehan suara hasil hitungan resmi KPU yaitu hanya 11,8%. Angka ini di luar target partai yaitu perolehan suara 20%. Setelah pileg, konsentrasi memang terpusat pada strategi pemenangan pilpres. Penelitian ini tidak membahas secara detail akan hal itu. Akan tetapi, jelas bahwa cara yang diambil pada tahap ini adalah membangun koalisi partai sehingga bisa mengusung capres-cawapres.

Pada tahap ini, Partai Gerindra tidak terlalu sulit mendapatkan rekan koalisi. Hal ini karena mereka telah memiliki symbol yang sangat kuat yaitu Prabowo Subianto. Sehingga, terciptalah koalisi tenda besar yang diikuti oleh banyak partai seperti GOLKAR, PKS, PAN, PPP, hingga partai yang tidak lolos parlemen *threshold* yaitu PBB. Dengan koalisi seperti itu tampaknya tidak semudah membalikkan telapak tangan untuk menetapkan cawapres. Tentu, banyak partai yang mengajukan calon masing-masing. Namun, berdasarkan pengakuan Noeryanto, penentuan cawapres mutlak ada ditangan Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra yang sekaligus menjadi calon presiden yaitu Prabowo Subianto.

Dapat dilihat bahwa struktur peluang pencapaian elektoral terbentuk tidak hanya dari faktor eksternal tetapi juga internal partai. Faktor eksternal salah satunya diciptakan oleh negara melalui Komisi Pemilihan Umum. Faktor internal adalah sejumlah faktor yang sengaja diciptakan oleh Gerindra untuk kemenangannya. Peneliti menyimpulkan bahwa kekuatan modal partai tidak lain adalah faktor internal yang menciptakan struktur peluang pencapaian elektoral Gerindra. Terdapat tiga modal yang sengaja dimanfaatkan untuk memperbesar

peluang kemenangan Gerindra yaitu modal ekonomi, modal sosial, dan modal simbol. Modal ekonomi digunakan untuk pembiayaan kampanye hingga praktek politik uang. Modal sosial terwujud dalam jaringan massa yang luas berkat pembentukan organisasi sayap serta keputusan untuk bekerjasama dengan sebanyak-banyaknya aktor intermediary. Terakhir, modal simbol adalah sosok Prabowo yang sejak lama dicitrakan sebagai tokoh ideal yang pantas menjadi presiden pada tahun 2014.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, dapat dilihat bahwa sistem partai Gerindra telah berjalan. Namun, fokus partai tidak dominan pada pemenuhan aspirasi rakyat. Partai Gerindra lebih banyak berperan sebagai kendaraan politik Prabowo untuk masuk dalam bursa capres 2014. Adapun modal utama Gerindra sehingga berhasil mendapatkan legitimasi parlemen adalah modal simbol. Prabowo sudah sejak awal menjadi simbol Partai Gerindra. Jelasnya, Gerindra memang berdiri untuk Prabowo. Prabowo diperlakukan sebagai tokoh yang harus dimenangkan sebagai presiden 2014. Dukungan untuk Prabowo adalah harga mati bagi para pengurus Gerindra. Sehingga, tidak pernah ada inisiatif untuk menghadirkan calon lain sebagai pembanding. Adapun struktur peluang pencapaian elektoral Partai Gerindra terdiri dari dua faktor yakni eksternal dan internal. Faktor eksternal diciptakan oleh negara melalui Komisi Pemilihan Umum. Sedangkan faktor internal berasal dari kekuatan modal ekonomi, sosial, dan simbol yang memang sejak awal diciptakan untuk memenangkan Prabowo dalam Pemilihan Presiden 2014.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Gauntlett, David. 2011. "The Approaches to Social Capital". In *Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to Youtube and Web 2.0*. Cambridge: Polity Press.
- Ritzer, George & Douglas J. Goodman. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Alimandan (Terj.). Jakarta: Kencana.

Jurnal

- Warde, Alan. 2005. "Practise and Field: Revising Bourdieusian Concepts". *CRIC Discussion Paper*. Manchester: Centre for Research on Inovation & Competition.
- Wacquant, Loic J. D. 1996. "Reading Bourdieu Capital". *International Journal of Contemporary Sociology*. Vol. 33. Berkeley: University of California.
- Siisiainen, Martti. 2000. "Two Concept of Social Capital : Bourdieu vs Puntman". Paper dipresentasikan di ISTR Fourth International Conference, Ireland.

Internet

- Berita “Kampanye Terakhir Gerindra Kerahkan 110 Ribu Massa”, 5 April 2014, dalam <http://suarakawan.com/2014/04/04/kampanye-terakhir-partai-gerindra-kerahkan-110ribu-massa/> diakses pada 5 Mei 2014.
- Berita “Hasil Perolehan Suara Parpol Pemilu 2009”, 10 Mei 2009, dalam <http://www.antaraneews.com/berita/140511/hasil-perolehan-suara-parpol-pemilu-2009/> diakses pada 5 Mei 2014,
- Berita “Sejumlah Tokoh GAM Bergabung ke Partai Gerindra”, 22 Maret 2013, dalam <http://politik.news.viva.co.id/news/read/399388-sejumlah-tokoh-gam-bergabung-ke-partai-gerindra/> diakses pada 21 Mei 2014.
- Berita “Dua Eks Tokoh Partai Lompat ke Gerindra”, 22 April 2013, dalam <http://www.tempo.co/read/news/2013/04/22/078475098/Dua-Eks-Tokoh-Partai-Demokrat-Lompat-ke-gerindra/> diakses pada 21 mei 2014.
- Berita “8 Caleg DPR dan 4 DPD dari Yogyakarta Lolos ke Senayan”, 25 April 2014, dalam <http://www.politikindonesia.com/index.php?k=nusantara&i=55744-8-Caleg-DPR-dan-4-DPD-dari-Yogyakarta-Lolos-ke-Senayan/> diakses pada 21 mei 2014.
- Berita “Golkar, Demokrat, dan Gerindra Peroleh Suara Terbanyak di Sulsel”, 5 Mei 2014, dalam <http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/05/05/golkar-demokrat-dan-gerindra-peroleh-suara-terbanyak-di-sulsel/> diakses pada 21 mei 2014.
- Berita “Perolehan Kursi Partai dan Peta Koalisi Capres 2014, 11 April 2014, dalam <http://lsi.co.id/lsi/wp-content/uploads/2014/04/Konpers-Perolehan-Kursi-Partai-dan-Peta-Koalisi-Capres-11-April-2014.pdf/> diakses pada 21 mei 2014.
- Berita “Banyak Caleg Tak Tahu Cara Hitung Kursi”, 14 Mei 2014, <http://www.tribunnews.com/regional/2014/05/14/banyak-caleg-tak-tahu-cara-hitung-kursi/> diakses pada 21 Mei 2014.
- Berita “Total Dana Kampanye Partai Rp3,1 Triliun: Gerindra Terbesar, PKPI Terkecil”, 24 April 2014, dalam <http://nasional.kompas.com/read/2014/04/24/2035109/Total.Dana.Kampanye.Partai.Rp.3.1.Triliun.Gerindra.Terbesar.PKPI.Terkecil/> diakses pada 21 Mei 2014.
- Berita “Dugaan Money Politics, Caleg Gerindra Dilaporkan”, 21 April 2014, dalam <http://krjogja.com/read/213101/dugaan-money-politics-caleg-gerindra-dilaporkan.kr/> diakses pada 21 Mei 2014.
- Halaman “Profil Anggota Parlemen 2009-2014” dalam www.jariungu.com
- Berita “Belum Kerja, Anggota DPRD Bantul Terima Gaji Pertama”, 2 September 2009, dalam <http://www.antaraneews.com/berita/153118/belum-kerja-anggota-dprd-bantul-terima-gaji-pertama/> diakses pada 30 Juni 2014.
- Berita “Laporkan Rp435 Miliar, dari Mana Asal Dana Kampanye Gerindra”, 24 April 2014, dalam <http://politik.news.viva.co.id/news/read/499112-laporkan->

rp435-miliar--dari-mana-asal-dana-kampanye-gerindra/ diakses pada 30 Juni 2014.

Berita “Sumber Dana Kampanye Gerindra: Iuran Caleg Rp25 Juta-Rp300 Juta”, 29 November 2013, dalam <http://politik.news.viva.co.id/news/read/462634-sumber-dana-kampanye-gerindra--iuran-caleg-rp25-juta-rp300-juta/> diakses pada 30 Juni 2014.

Berita “Pasang surut bisnis putera sang begawan”, 23 Februari 2014, dalam <http://industri.kontan.co.id/news/pasang-surut-bisnis-putra-sang-begawan/> diakses pada 30 Juni 2014.